

【Google はお店のコレを評価している！】

マップ順位を決める MEO アルゴリズムの 基礎知識

どうも、店舗集客コンサルタントの大島です。

さて、今回は第二記事目の「Google マイビジネス集客・MEO 対策完全攻略 中編」になります。

一記事目の「[MEO 対策とは？基礎知識やメリット・デメリットをわかりやすく解説](#)」はもう読みましたか？

あなたのお店のネット集客を激変させるレベルのことを書いてるので、「まだ読んでないよ！」という人がいたら必ず読んでおいてくださいね。

↓↓↓

[MEO 対策とは？基礎知識やメリット・デメリットをわかりやすく解説](#)

MEO 対策でマップエンジンの上位を取る方法

この記事で「MEO アルゴリズム (Google がマップエンジンで順位を決める仕組み)」をわかりやすく解説しています。

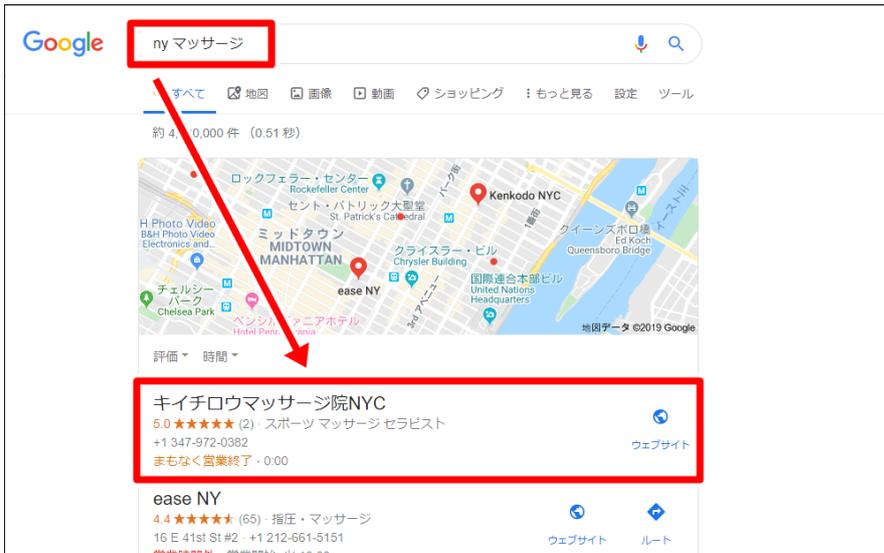
一言で言えば「**MEO 対策で上位を取る上で、必ず知っておくべき Google マップで順位を決める仕組み (アルゴリズム)**」です。

マップ順位を決めるアルゴリズムを知ること

- 「**地域名+業種**」などのキーワードでマップ上位表示 (1位~3位表示) できる
- ホームページの検索順位を上げることができる (**クライアントは 3 ページ→1 ページ目に上昇**)
- 電話やルート検索などの来店数を伸ばすことができる (**クライアントは 47→193 件に上昇**)

などの多くのメリットがあります。

例えばこちらは実際に MEO 対策で上位表示をしたクライアントの整体院です。



「ny マッサージ」で1位を獲得しています。※「ny=ニューヨーク」のこと。

なんとこの方は訪問整体師で店舗を持っていないにも関わらず、**超激戦区**のニューヨークで**MEO一位**を獲得してしまいました。

またこちらは「鳥取バーガー」で MEO1位になった例です。



Google マップでぶっちぎりの1位、SEO では食べログなどのポータルサイトについて4位になっています。

MEO のアルゴリズムを理解し、実践をすればこういった結果を得るのも夢ではないということです。

このページでは「**マップエンジンで上位表示する仕組み**」について詳しく書いていくので、必ず最後まで読み進めるようにしてくださいね。

前回の復習

と、その前に前回の復習をしておくと、第一回目の MEO 対策完全攻略前編の PDF では

「もはや **Google マップは検索エンジンよりも上位に表示**されており、集客に最も有効な方法である」

と解説しましたね。



上記の検索結果(「パーソナルトレーナー+横浜」の場合)を見ると

- ① 広告
- ② Google マップ(Google マイビジネスに登録されている店舗)←MEO 対策
- ③ 検索エンジン←SEO 対策

の順番に表示されていますね。

広告は「お金を払って上位表示をしている」訳なので、これはポータルサイトでやっていることとほとんど変わりません。

でも MEO 対策なら費用ゼロで、ポータルサイト(ホットペッパー、EPARK、楽天ビューティーなど)やキュレーションサイト(NAVERまとめなど)と競合することなく「**同地域のお店に勝つだけで上位表示できる**」ので、ホームページやブログよりも難易度が下がります。

逆に検索エンジンはもはや「Google マップ3位よりも下に表示されるのが当たり前」になっており、検索1位が実質4位と同じ状態になってしまっています。そういう意味でも「まずは MEO 対策をして Google マップ1位~3位を取りに言ったほうが効率が良い」とも言えるわけですね。

しかも費用がかからず、競合も少ないというメリットだらけの方法なので店舗集客がしたいなら MEO 対策を集中的に行うべき、という話をしました。

と、ここまでが前編の復習になります。

ここからはよいよ「どうすれば MEO で上位を取るための仕組み(アルゴリズム)」について学んでいきましょう。

【ME0 の集客力はマップの順位で決まる！】

マップエンジンで順位を決めるアルゴリズムとは？

グーグルマップには検索エンジンと同様、検索順位を決める仕組み(アルゴリズム)があります。

アルゴリズムは「特定のキーワードの検索順位を決めるためのルール」のようなものです。

例えば「渋谷+メンズ+ファッション」と検索したとしましょう。

すると Google は、Google マイビジネスに登録されているすべてお店の情報の中から「渋谷+メンズ+ファッション」が含まれるお店をピックアップします。

そして **Google 独自のアルゴリズムでランク付けして1位～最下位までを Google マップに表示していく**わけです。

小難しい言葉を全部すつとばしてしまえば「成績表」みたいなもんだと思ってください。

成績表の中には「お店の情報はちゃんと入っているか？写真はあるか？
口コミはあるか？ちゃんとユーザーに見られているか？」などのたくさん
の評価項目があります。

その評価項目ごとに点数を付けて、その中で**最も評価の高いお店が1位**
になるというわけです。

つまりは MEO 対策で1位～3位を獲得するためには、

**如何にマップエンジンのアルゴリズムを理解し、高評価を獲得し
ていくか？**

が大切になるわけです。

アルゴリズムをある程度覚えておけば、自分のお店の MEO 対策にも役
立てることができます。

このページではアルゴリズムについてガッツリ解説していくので、MEO ア
ルゴリズムをしっかり学んでマップエンジン上位にするキモを学んでいき
ましょう。

【Google はお店のココを評価している！】

ME0 のアルゴリズム大全

ここからは独自に調べた「マップ順位を決定づけるアルゴリズム」のお話をします。

基礎の基礎のお話をしますが、「上位表示をするにはこういう要素が必要なんだ」ということがわかるだけでも競合とは大きな差がつきます。

上位表示されているお店の評価項目(アルゴリズム)を公開するので、ぜひ ME0 対策の基本的な流れをイメージできるようになってくださいね。

1. ホームページの SEO 評価

まずはホームページの SEO 評価はマップ順位に関わります。逆も然りですが、実は ME0 対策によってお店の評価が上がると、次は SEO 評価も上がります。

クライアントの居酒屋さんの中には「**ホームページの SEO 対策をしていたらなぜかマップ順位が上がり、その後にホームページの検索順位が上がった**」というケースもありました。

他にも治療院さんで「**MEO 対策に取り組んでいたらホームページが 3 ページ目から 1 ページ目に上がった**」というパターンもあります。

更にいうとコンサルの経験上「**両方上位表示されると完全無敵**」になります。実際、両方の順位が1位になったクライアントは2年間、途切れることなく新規顧客や観光客が増え続けています。

Google のアルゴリズム上、MEO・SEO の両方の観点から対策を行うことが重要と言えます。

2.写真&動画

写真や動画をアップすることも有効です。

写真を見て「このお店に行きたい!」と思ってもらえれば、それだけで来店率が高まりますし、そもそも写真はないより合ったほうが確実にお店の情報をもらえますし信頼性が高まります。

実際、写真が一定数あり、閲覧数が伸びていくとマップ順位も上がる傾向にあります。

こちらは実際のクライアントのデータです。

C	D	E	F	G	H
合計検索数	直接検索数	間接検索数	合計表示回数	検索経由の閲覧数	マップ経由の閲覧数
1026	1791	378	1413		
959	1591	427	1154		
922	1317	1009	2085	521	1078
4224	308	958	6948	1739	5209
1297	304	993	2046	522	1524
1353	231	1122	2086	67	1419
1336	314	1072	2036	72	1314
1270	301	1259	2483	75	1278
5596	1150	4446	8651	2636	6015

右側の数字が「閲覧数(お店の情報が見られている数)」、左側の数字が「お店が検索されている数」になっています。

合計検索数が増える＝間接検索数(地域名＋業種)や直接検索数(お店の名前で検索)が増えている

ということです。カンタンに言えば「検索順位が上がっている」ということです。すね。

普通に考えて「写真はないよりあった方がより情報が見られる」のは言うまでもないですが、お店の情報がしっかり伝わる写真を載せておくことでユーザーの興味を引き、来店につなげることができます。

3. 口コミと返信

口コミと返信は重要です。自然な口コミはマップユーザーが安心して来店するきっかけになりますし、自然でポジティブな口コミは更にポジティブな口コミを生み出しやすくなります。

また口コミ自体も「閲覧数」に含まれますので、口コミ数が増えれば増えるほどマップ上位の獲得に有利になります。

口コミは悪評を付けられることもあります。仮に悪評があってもお店側真摯に対応すればユーザーにとって好印象です。店舗経営をしっかり行っているとアピールにもなります。

口コミへの返信は高評価が付いた場合だけでなく、低評価への対応も重要です。

■自作自演の口コミについて

ただ自作自演での口コミを大量に行う店舗もありますが、自作自演の口コミはマイナスに働くことが多いです（例：自店舗以外へのレビューが一件もないなど）。

基本的に Google はスパムや自作自演の口コミをガイドライン上で禁止しています。

もし Google に自作自演がバレた場合、口コミの強制削除や、最悪の場合 Google マイビジネスのアカウントが削除され、今後二度と MEO 対策ができなくなるので注意をしましょう。

いずれにせよ口コミは大切なので、まだ一件もレビューがない場合はリピーター客などに依頼をして書いてもらうのもアリです。

4.反応率

反応率も重要な要素だと考えられます。

反応率とは「電話・ルート検索・ウェブサイトへのアクセス・保存」などの、
お店の**マイビジネス情報を見たユーザーが何らかのアクションを起こした**
確率のことです。



※上記のボタンをタップすると「アクション数(反応数)」としてカウントされます。

Google はアクション数のデータも見ています。これらの情報によって「より
電話予約につながりやすいお店」や「ウェブサイトの訪問率が高いお店」
は上位表示されやすい傾向があります。

※余談ですがウェブサイトや予約先をホットペッパーにしている店舗はかなり評価的に損をし
ている可能性が高いです。

5.店舗情報の表記

店舗情報の表記は評価に関わります。

例えばホームページ、Google マイビジネス、SNS での表記などですね。

Google は情報を文字列データとして見えています。そのため、ホームページやマイビジネス、SNS などで表記が違くと「違うデータ」として認識してしまいます。

Google は情報の細かい部分まで自動チェックするため

- ひらがな
- カタカナ
- 漢字
- 小文字、大文字
- 番地や-
- 半角・全角

など表記は統一することが有効です。より Google が理解しやすくなり、評価が上がる可能性があります。

6.被リンク(ホームページやソーシャルリンク)

被リンク(誰かが紹介記事を書いたり、ホームページへのリンクを貼って

くれる)は今でも SEO・MEO とともに重要です。例えば Twitter やインスタで

お店のリンク付きで紹介してもらおうと、そのリンクも Google が評価してくれます。他にもグルメ関連のブロガーなどに依頼をして被リンクを貼ってもらうことで、上位表示率が上がることもあります。

もし被リンクもソーシャルリンクも一つもない場合は、ソーシャルリンク特典をつけてつぶやいてもらったり、知り合いの店舗同士で相互リンクを行うなどで被リンクを増やすなどの対策も有効になります。

7.サイテーション(言及数)

サイテーションとは**ネット上にあるあなたのお店に関連する発言**のことです。

例えば

「渋谷の～～に行ってきたよ！」

「新宿の～～って居酒屋に行ってきた！」

などのネットに店舗名付きで発信された情報のことですね。こういった情報も Google が拾っているのです、サイテーションは多ければ多いほど SEO・MEO 評価ともに貢献してくれます。

8.関連性

関連性は「**お店に関する情報量が多ければ多いほど見つけてもらいやすい**」というものです。

例えば営業日時や席数、予約方法、お店の特徴など細かく書いたほうが良いですし、お店のウリがあれば積極的に発信していくことが重要です。

人もそうですが「**一度言われただけじゃすぐ忘れてしまいます**」よね。

でも何度も何度も同じ情報を伝え続けるほど理解が深まっていきます。たとえそれが電話番号でも、ブログやホームページ、SNS などに表記しておくことで関連性が高まり評価が上がりやすくなります。

ME0 対策はお店づくりと同じ

ここまで読んできた人で勤の鋭い人ならもう気づいているかもしれませんが、実は「ME0 対策はネット上にお店を作ることと全く同じ」なのです。

Google マップユーザーは大多数のお店の中から「より良いイメージを持つお店」を探します。

- 口コミはどうなんだろう？
- 写真がおしゃれだな
- イベントとかやってないかな？
- スタッフってどんな人なんだろう？
- どんなお店なんだろう？

などあらゆる疑問を抱えているわけです。そしてこれらの疑問が解消され「行ってみよう」と思って初めて予約に繋がるわけです。

言ってしまうと「お店に行く前にお店の価値を判断されている」ということでもあるのです。

MEO でお店のウリをアピールし、ユーザーが安心して来店できるような対策を行うことで確実に来店数は増えていきます。

中でも今回は「MEO 対策の基礎部分」を念入りに解説しましたので、このページを読んで MEO 対策のイメージを固めていってくださいね。

では第二回の講座はこれにて終了になります。いよいよ次回は「Google マイビジネス集客 MEO 対策完全攻略後編」になります。

次回のテーマは「MEO 詐欺」についての話です。実は MEO 対策について何も知らない店舗オーナーが知らず知らずの内に詐欺業者に引っかかっている可能性があります。

しかも厄介なのは、今は世の中にある情報が少なすぎて「**騙されてることすら気づきにくい**」ということです。

後編では

- 詐欺業者の謳い文句
- 謳い文句と乖離した MEO サービス

- アカウント削除リスクすらある害悪 MEO の真実

など、「素人では絶対に気づけない MEO 詐欺の手口」を大暴露します。

実話も含めて公開するので、悪質な業者に騙されないためにも必ず読んでおくようにしてください。

それでは次回を楽しみにしていただきね。